UCCIFE
Union des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Etranger

CCI International

L'international, mode d'emploi

CLASSE EXPORT

Hors série

VOTRE SUCCÈS
à L'INTERNATIONAL
avec les CCI et les CCI Françaises à l'Etranger

UCCIFE
Union des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Etranger

Les présidents

La force d'un réseau solide et opérationnel : CCI International, l'alliance des CCI de France et des CCI françaises à l'étranger

Pour les entreprises, se développer à l'international est source de croissance et constitue l'alternative à la stagnation du marché intérieur. Accompagner les entreprises françaises, pas à pas, dans leur projet d'internationalisation est notre mission. Pour mener à bien cette mission, les CCI et les CCI Françaises à l'Étranger (CCIFE) se sont associées et ont créé CCI International.

L'objectif de CCI International : simplifier l'export en proposant une gamme complète de services pour aider les PME à se développer et à conquérir de nouveaux marchés.

CCI International : un réseau mondial et pourtant si proche

« S'il y a un bien un réseau qui est implanté partout en France et à l'étranger et qui connait parfaitement les besoins des entreprises à l'international, c'est le réseau CCI International. Nous disposons de 400 conseillers en France, rassemblés au sein de structures régionales et de 850 collaborateurs biculturels à l'étranger. A l'étranger, nous souhaitons avant tout pouvoir jouer un rôle de facilitateur dans les 77 pays dans lesquels nous sommes présents. Les CCIFE sont un moyen de rompre l'isolement pour un chef d'entreprise lorsqu'il se retrouve au-delà de nos frontières. Elles favorisent la mise en relation avec des contacts utiles sur place. Elles permettent aux entreprises de trouver un partenaire fiable à l'étranger, de développer un courant d'affaires et même d'envisager une implantation. N'oublions pas que les CCIFE sont des associations de droit privé local, à but non lucratif. Elles sont composées d'entreprises françaises et locales, de toute taille, qui se rencontrent et s'informent mutuellement. La majorité des CCIFE anime, par exemple, des comités sectoriels ou thématiques sur des sujets aussi variés que les ressources humaines, l'environnement, le luxe, etc. Rappelons aussi que les CCIFE s'autofinancent à 97%, ce qui n'est pas anodin vis-à-vis du gouvernement en période de rigueur budgétaire ».

CCI International : au service des entreprises en France...

« Nous rencontrons et accompagnons tous les ans des milliers d'entreprises. Sur les trois dernières années, 9 000 nouveaux exportateurs ont ainsi bénéficié d'un accompagnement par CCI International. La palette de services est large avec, toutefois, une adéquation de la prestation en fonction du projet et de la maturité de l'entreprise.

Prenons l'exemple des journées d'information pays qui s'organisent en France dans la quasi totalité des CCI et, ce, tout au long de l'année. C'est un véritable temps d'échange pour le chef d'entreprise avec un expert de la CCIFE. Cela lui donne l'occasion d'étudier le potentiel de son produit et d'enclencher, ou non, une étude et des démarches plus poussées. Evidemment, ces journées d'informations sont décidées en fonction de la demande des

Pierre-Antoine Gailly,
Président de l'Union des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Étranger (UCCIFE)

CCI International

prennent la parole

entreprises locales et du tissu économique. Les CCI répondent en effet à toutes les demandes des entreprises, quel que soit leur degré de maturité, leur préparation ou leur destination géographique. Il est évident qu'on n'interdit pas à une entreprise d'aller prospecter un marché qui l'intéresse car nous sommes dans une démarche de réponse proactive, même s'il est de notre responsabilité de lui dire « vous n'êtes pas prête ». C'est aussi à nous de la conseiller par rapport à ses cibles et de lui présenter les différents outils à sa disposition, notamment en matière de financement et de structuration de ses équipes ». En 2012, ce sont ainsi plus de 4.000 entreprises françaises qui ont pu bénéficier de ces échanges personnalisés.

Autre temps d'échange pour le chef d'entreprise : les clubs exports. Cette fois-ci, c'est avec d'autres chefs d'entreprise de la région qu'il peut parfaire ses connaissances sur un thème ou un pays en particulier. On compte plus de 70 clubs exports en France, gérés par les structures CCI International. Ces réunions permettent aux entrepreneurs de « lever la tête du guidon » et de partager leurs expériences sur le terrain.

et au-delà de l'Hexagone...

« Nous proposons également des solutions d'implantation dans 58 pays avec plus de 600 postes de travail à la disposition des entreprises. L'entreprise bénéficie ainsi d'un bureau immédiatement opérationnel, « clé en mains ». En revanche, si elle souhaite une présence plus légère dans un pays, nous lui conseillons dans un premier temps une formule plus souple : la domiciliation postale et fiscale. Via les prestations de commercial à temps partagé proposées par les CCIFE, l'entreprise peut également développer son activité grâce à un collaborateur entièrement géré par la Chambre ».

Aujourd'hui, le réseau des CCI Françaises à l'Etranger affiche 30 000 entreprises adhérentes (elles n'étaient que 28 000 en 2010). D'année en année, certaines Chambres voient une augmentation significative du nombre d'entreprises adhérentes, tout particulièrement en Tunisie, à Hong Kong, en Chine, en Malaisie, au Brésil ou au Mexique.

« Nous espérons que la lecture des différentes interviews, mettant en évidence la complémentarité des actions des deux structures au sein de CCI International, vous aidera à mieux utiliser nos différents services. Poussez la porte de votre CCI et parlons ensemble de votre projet ! »

Vianney de Chalus,
Président de CCI International

Chambre de Commerce Franco-Thaï

Thaïlande

Accéder aux marchés extérieurs

« Mise en relation, aide au recrutement, actions de lobbying et de communication... la Chambre de Commerce Franco-Thaïe propose de nombreux services opérationnels aux entreprises. »

Lucas Boudet, Directeur de la Chambre de Commerce Franco-Thaïe

La Thaïlande occupe une position intermédiaire au sein de l'Asean en termes de coûts d'implantation et d'attractivité du marché. Le pays se situe ainsi entre l'exception qu'est Singapour et ses voisins tels que le Laos, le Cambodge et le Vietnam. "La Thaïlande est reconnue pour ses savoir-faire dans de nombreux secteurs comme l'électronique, l'automobile, l'agroalimentaire et le textile. Elle offre un rapport qualité/coût avantageux grâce à une main d'œuvre qualifiée et à coût maitrisé. Le dynamisme de sa population et de ses infrastructures modernes en font une destination de choix en Asean » résume Lucas Boudet, Directeur de la Chambre de Commerce Franco-Thaïe à Bangkok (CCFT).

Les chefs d'entreprise peuvent aussi utiliser les services de la CCFT pour atteindre de nouveaux marchés tels que le Myanmar (Birmanie). Les équipes de Lucas Boudet ont ainsi organisé en collaboration avec plusieurs CCI Françaises d'Asie, une mission de prospection commerciale dans ce pays. Près de 30 entreprises françaises sont ainsi parties à la découverte du marché birman à l'occasion de cette mission qui s'est déroulée en juin 2012 : visites d'entreprises, rencontres avec la communauté d'affaires birmane, échanges avec les entrepreneurs français étaient au programme. Elle a permis aux participants de juger du potentiel de ce marché. Cette initiative a été renouvelée en septembre dernier pour faire découvrir le marché mongol aux entreprises françaises. « Le succès de ces opérations nous conduit à envisager d'organiser prochainement pour les entreprises françaises d'autres actions conjointes sur la zone » se félicite Lucas Boudet.

Araymond Network

Systèmes de fixations rapides pour industrie automobile

Damien Largeron, responsable Asie Pacifique

« Nous travaillons sur un projet d'implantation en Thaïlande. Dans cette perspective la Chambre de Commerce Franco-Thaïe nous a fourni des informations sur le marché. Elle nous a également aidés à sélectionner des agents commerciaux et à identifier des fournisseurs et des partenaires locaux. Les réunions qu'elle organise régulièrement nous ont permis de rencontrer d'autres entrepreneurs dans des secteurs divers et d'obtenir des conseils pratiques ».

Aquitaine

Valoriser vos produits sur les marchés étrangers

Vendre votre produit à l'étranger, ça vous tente ? Oui, à coup sûr, mais encore faut-il être bien accompagné et ne pas y aller « la fleur au fusil ». C'est le conseil que donne **Frédéric Woringer**, directeur de CCI International Aquitaine, aux entreprises de sa région. « Grâce au diagnostic export, nous déterminons si le produits a une chance de se vendre au-delà de l'Hexagone. Dans une seconde étape, nous proposons le « test sur offre » en collaboration avec le réseau des CCI françaises à l'étranger pour savoir si le produit suscite de l'intérêt sur tel ou tel marché. Certaines entreprises se contentent de vendre localement, alors qu'elles ont un produit ou un savoir-faire qui leur ferait booster leurs ventes à l'étranger !».

Le conseiller international de la CCI travaille ainsi aux côtés du chef d'entreprise pour s'assurer de l'adéquation « besoin de l'entreprise / réponse de CCI International » et quoi de plus probant qu'une mission à l'étranger pour se rendre compte du potentiel de son produit ? « Par exemple, l'an dernier, nous avons emmené de nombreuses entreprises d'Aquitaine sur un Festival du vin et de la gastronomie à Dalian en Chine. A l'inverse, nous avons fait venir des importateurs étrangers pour leur faire rencontrer des distributeurs potentiels de note région, producteurs ou négociants».

Il n'y a pas de miracle : pour connaître le besoin de l'entreprise, il faut rendre visite au chef d'entreprise, connaître ses contraintes et être à l'écoute. L'équipe CCI International en a bien conscience et sillonne la région régulièrement. C'est grâce à ce travail de terrain que Inovchâtaigne a développé d'autres marchés. Cette PME commercialise des châtaignes du terroir emballées sous-vide, crues ou cuites ; la production s'élève à environ 250 tonnes chaque année. Jérôme Bousquet, le patron, avoue avoir l'habitude de faire des salons à l'étranger, notamment Biofach à Nuremberg et l'incontournable SIAL évidemment.

C'est en participant à une mission de prospection au Japon que les retombées ont été très rapides. Il savait que les Japonais sont très friands de châtaignes mais il n'avait pas encore osé franchir le pas. Pourtant, il est le seul en France qui puisse se vanter de combiner les savoir-faire de producteur, transformateur et mise sur le marché. Il est revenu du Japon avec des commandes. « Rien d'étonnant car notre produit est naturel, sans conservateur et bénéficie de l'aura de la France à l'étranger », se félicite-t-il. « La mission au Japon était subventionnée. Les rendez-vous sur place ont été très bien ciblés par la CCI française du Japon et Ubifrance. Cela a été une chance ».

Centre

La réussite à l'export passe par la structuration RH

Dans la région Centre, CCI International a fait une étude concernant les ressources humaines que les Pme dédient à l'international. Le constat final doit être sensiblement similaire dans toutes les régions de France : il n'y a qu'une personne en charge de l'export. Or, on sait bien qu'il est difficile de se donner le recul suffisant et le temps nécessaire pour prendre des décisions concernant les ressources humaines dédiées à l'international. Pourtant, si on envisage de se développer à l'étranger, se doter d'une personne dédiée est un « must », sous peine de perdre des marchés, faute de compétences techniques, de suivi ou de notions interculturelles.

Dans l'équipe de CCI International Centre, les conseillers spécialisés suivent les exportateurs, aussi bien ceux qui commencent une démarche que les plus expérimentés qui abordent un nouveau marché. Ils connaissent bien les questions qui se posent aux Pme et c'est la raison pour laquelle ils ont mis sur pied une méthode d'accompagnement sur-mesure : "Réflexe RH International". « Cette intervention est basée sur un dialogue structurant avec le chef d'entreprise : il s'agit bien pour chacun de chercher à adapter son organisation en lien avec son projet export » affirme **Béatrice Guérin-Coutansais**, directrice de CCI International Centre. « Nous connaissons déjà les activités de l'entreprise et nous pouvons entamer la réflexion. Les premières questions à se poser sont « où développer mes activités ? » puis « quelles sont mes ressources en interne ? ». Ensuite, il s'agit d'identifier le profil de poste. Si l'entreprise veut procéder à un recrutement en règle, le conseiller CCI International disposant d'une bonne base d'information, passe la main (et les informations) à un réseau de recruteurs déjà identifiés et qualifiés. Le conseiller aide ainsi le chef d'entreprise à définir le contour de son projet et à identifier les ressources humaines à mobiliser.

L'intérêt de cette façon de travailler est qu'elle permet d'entrer dans un autre dialogue avec le chef d'entreprise. Celui-ci peut faire évoluer ses collaborateurs en interne et mettre ainsi en place un plan de formation.

Enfin, cerise sur le gâteau, les aides dont l'entreprise peut bénéficier. Dans la région Centre, l'aide peut couvrir jusqu'à 50% des frais engagés pour le recrutement et également le salaire de la personne jusqu'à 24 mois.

Chambre de Commerce Franco-Américaine de Chicago

Etats-Unis Chicago

La synergie des réseaux

« Nous nous sommes aperçus que bon nombre de nos adhérents utilisaient nos services en individuel, nous avons voulu optimiser la synergie via les réseaux, un élément essentiel de réussite aux USA. »

Emmanuèle van Houdenhoven, Directrice Générale de la Chambre Franco-Américaine de Chicago

Depuis 2010, la Chambre Franco-Américaine de Chicago a mis en place un incubateur destiné aux entreprises françaises tous secteurs confondus. Les entreprises accueillies restent en moyenne entre 3 et 5 ans. De l'implantation, au développement commercial, en passant par la recherche de partenaires, la Chambre accompagne les entreprises dès le lancement de leur activité. Au besoin, elle reste à leurs côtés lorsque celles-ci sortent de l'incubateur.

Artelys (23 salariés, 2 M€ de CA) a créé une filiale aux Etats-Unis en bénéficiant de ce service. Spécialisée dans les solutions en optimisation, d'aide à la décision et en modélisation, la société s'est adaptée à la réalité du marché américain. Les dirigeants ont d'abord embauché un technicien, mais ils ont dû revoir leur copie en plaçant une personne au profil plus commercial : « Il est souvent admis que pour développer un produit technologique sur un nouveau marché il faut une personne capable de décrire précisément le produit face à un prospect. Le marché américain est différent : ici, le message marketing lié à un produit est prépondérant. Il faut dépasser le caractère purement technologique » explique E. van Houdenhoven. Pour favoriser la mise en relation entre ses 300 membres, la Chambre Franco-Américaine de Chicago organise régulièrement des évènements de networking : petit déjeuner conférence, rendez-vous mensuels… Dans cette logique de réseau impulsée par la Chambre, Artelys est ainsi devenu partenaire d'une société américaine.

Artelys

Solutions en optimisation des systèmes énergétiques

Renaud Arnaud, PDG d'Artelys

« Qu'ils soient technologiques, commerciaux ou financiers, Artelys construit depuis plusieurs années des partenariats. Nous avons rencontré la société américaine Ziena Optimization grâce au réseau de la Chambre Franco-Américaine de Chicago. Depuis, Artelys distribue et assure l'assistance technique d'un de leurs produits dans le monde entier ».

Picardie

Du sur-mesure pour les exportateurs

Il aura fallu moins d'un an à la société Nordprint, spécialiste en impression et façonnage pour le secteur hospitalier, pour se mettre sur les rails de l'export, grâce au concours de CCI International Picardie.

« C'est à la suite d'une enquête sur l'export diffusée aux entreprises locales que NordPrint a émis le souhait de se développer à l'international. L'entreprise avait déjà quelques éléments de base sur l'international que nous avons complété grâce à Cap Export Picardie, notre module de formation à l'accompagnement des entreprises primo-exportatrices » explique **Véronique Lelong** de CCI International Picardie.

Cette opération d'accompagnement personnalisé s'étale sur 6 à 8 mois. Elle inclut plusieurs modules dont : les Incoterms, les moyens de paiements à l'étranger, la stratégie à l'international …

NordPrint visait initialement la Belgique et les Pays-Bas. Mais c'est par la Suisse qu'elle a débuté son expérience sur les marchés étrangers ! « En effet, notre relation forte avec le réseau des CCI françaises à l'étranger nous a permis de trouver une mission organisée à Bern par la Chambre France-Suisse pour le Commerce et l'Industrie. Elle nous semblait pertinente pour NordPrint qui est donc partie à la rencontre de chefs d'entreprises, de fiscalistes et d'avocats durant deux jours. »

« Même si nous visions initialement le marché de l'Europe du Nord, prospecter en Suisse est apparu comme une belle opportunité d'autant plus que nous n'avions pas d'a priori en tant que primo. Notre volonté est de nous structurer à l'international sans se disperser. Le fait d'intégrer cette formation et de partir en mission nous a permis progressivement de découvrir l'export étape par étape » explique Christian Lignier, directeur commercial de NordPrint. Actuellement, NordPrint poursuit sa prospection dans ses pays cibles et compte étoffer son équipe.

« Au fur et à mesure de son développement export, CCI International Picardie suit l'entreprise et la conseille en lui proposant selon son degré de maturité les outils d'accompagnement à l'international dont elle peut bénéficier. Notre intérêt, c'est l'entreprise », conclut Véronique Lelong.

Languedoc-Roussillon

La proximité facilite l'appui individuel aux entreprises

« La région du Languedoc-Roussillon, a la spécificité d'être composée d'un tissu très vivant et très diversifié de TPE/Pme. 90% des entreprises ont en effet moins de 10 salariés » précise **Fabien Leroux** directeur de CCI International de Languedoc-Roussillon.

« Les entreprises viennent chercher chez nous de l'information, du conseil, un diagnostic pour détecter leurs meilleurs débouchés à l'étranger » poursuit-il. « Du fait de notre proximité immédiate dans les territoires, sur une vaste région allant des Pyrénées orientales jusqu'à Nîmes, Alès ou Mende, en passant par Béziers ou Carcassonne, nous sommes leur premier référent. Chaque entreprise est traitée en fonction de son niveau de préparation et de ses besoins, qu'il s'agisse d'un diagnostic export, d'une formation ou d'une participation à une journée d'information pays». Et, précise Fabien Leroux, «. Nous sommes leur point d'entrée à l'export et nous faisons le lien notamment avec le réseau de CCI françaises à l'étranger, les CCIFE. Nous savons orienter les entreprises vers les interlocuteurs les plus pertinents».

Les missions de prospection préparées par CCI International sont « packagées » pour correspondre au mieux aux besoins des entreprises de la région. Ainsi, Aurélien Bastani, responsable commercial chez Grap'Sud, groupe de distilleries/coopératives qui fabriquent et transforment les produits dérivés du raisin, estime que les opérations organisées par les CCI d'Alès et de Nîmes leur ont été bénéfiques.

« Nous nous sommes rendus à Dubaï chez des producteurs de boissons et de pâtisseries industrielles. La qualité de nos produits qui sont naturels et riches en fructose a fait la différence. Nous nous sommes également tournés vers la République tchèque où la CCI française de Prague nous a accueillis et nous a servi d'interprète et d'accompagnateur. Nous cherchions surtout des distributeurs. A l'issue de cette mission, nous avons trouvé deux nouveaux clients spécialisés dans les compléments alimentaires. Nous sommes ravis de cette collaboration et pensons continuer à travailler sur les Pays de l'Est à moyen terme ».

Miser sur les ressources humaines

« Le recrutement et la formation sont indéniablement des facteurs clés de succès pour les entreprises qui s'implantent à l'étranger. »

Jean Ramos, Directeur Général de la Chambre de Commerce et d'Industrie Franco-Chilienne

En 2013, le Chili devrait afficher une croissance entre 4% et 5%, et confirmer les nombreuses opportunités de son marché pour les PME françaises. «Le pays offre une grande variété de ressources. Dans l'agroalimentaire par exemple, les Chiliens disposent de beaucoup de richesses naturelles mais n'ont pas toujours la technologie pour les exploiter. C'est ce que les français peuvent justement leur apporter : transformation, packaging, présentation des produits » explique Jean Ramos, Directeur Général de la Chambre de Commerce et d'Industrie Franco-Chilienne (CCIFC).

La cordillère des Andes est également riche en minerai de cuivre, d'or, d'argent et en métalloïdes comme le lithium, autant d'opportunités pour les entreprises utilisant des technologies de pointe, secteurs où les français excellent. Jean Ramos cite l'exemple de la société «l'Eau Pure» qui a construit une station d'épuration au Cap Horn. Il évoque aussi les grands groupes comme Degrémont ou Suez qui sont implantés sur place depuis longtemps.

En complément de leur expertise, la clé du succès pour ces entreprises est souvent une bonne gestion de ses ressources humaines. La CCIFC, une des plus anciennes Chambres d'Amérique du Sud, met aux services des entreprises son équipe d'une dizaine de personnes, composée de français et de chiliens. Le service de recrutement de la Chambre notamment est devenu très important : entre 40 et 60 personnes placées par an et une CVthèque en ligne de 2000 CV pour répondre aux besoins RH des PME, installées ou non au Chili.

En 2011, la CCIFC a également reçu un prix d'innovation pour le lancement de l'OTIC franco-chilien, un organisme technique de gestion de la formation continue. L'objet de cet organisme est d'aider les entreprises dans la gestion des avantages fiscaux dont elles peuvent bénéficier sur leurs investissements en formation. En complément d'une prestation de recrutement, l'entreprise peut ainsi avoir recours aux formations dispensées à la CCIFC par des professionnels sur des thèmes aussi variés que la négociation, le management ou les techniques de vente.

L'Eau Pure

Techniques de traitement de l'eau

Pascal Guasp, Président

« L'Eau Pure poursuit sa croissance en France comme à l'étranger. De nos quatre filiales établies dans le monde, c'est celle au Chili, Acuatierra, qui est la plus profitable, avec un chiffre d'affaires de près d'1 million d'euros pour 5 personnes. C'est la Chambre de Commerce Franco-Chilienne, à Santiago, qui nous a emmenés en mission et accompagnés pour la mise en place de notre filiale. En deux ans, nous avons acquis une belle notoriété nous sommes capables de proposer des solutions innovantes en matière de traitement de l'eau, notamment grâce à nos installations fonctionnant avec le solaire et l'éolien ».

Simplifier la vie des entrepreneurs

> « Notre accompagnement passe aussi par une sensibilisation à la culture locale des affaires. »
>
> *Jean-Louis Giacometti, Directeur Général de la Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Côte d'Ivoire (CCIF CI)*

Pays aux opportunités immenses, la Côte d'Ivoire connaît pourtant un environnement des affaires très spécifique qui pourrait freiner les velléités de plus d'un exportateur. « Récemment, les autorités douanières, du jour au lendemain, nous ont supprimé notre code exportateur sous prétexte d'un litige remontant à plus de dix ans. Notre production était donc au ralenti pendant près d'un mois car nous ne pouvions plus acheminer nos produits venus de l'étranger. Heureusement, la Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Côte d'Ivoire, bien intégrée dans le milieu local des affaires, est intervenue pour débloquer la situation » explique Yves Bazar dont l'entreprise, ancienne filiale de L'Oréal, présente en Côte d'Ivoire depuis une trentaine d'années, fabrique des produits cosmétiques haut de gamme pour le marché ivoirien.

« Connues essentiellement pour leurs services d'appui aux entreprises, les Chambres de Commerce Françaises à l'Etranger remplissent également une large mission dans l'animation de la communauté d'affaires française au sein des réseaux locaux. Cela est d'autant plus vrai, dans un pays dont l'éthique de fonctionnement en matière de business diverge profondément de la nôtre. Notre accompagnement passe ainsi par une sensibilisation à la culture locale des affaires » explique Jean-Louis Giacometti, Directeur Général de la CCIF CI.

A l'écoute de la communauté française qu'elle anime, la CCIF CI diffuse également un baromètre conjoncturel, appréciation de ses membres sur l'évolution de la situation économique et sur l'environnement des affaires. A travers ce baromètre, la Chambre livre ainsi un instantané du ressenti des opérateurs économiques investis en Côte d'Ivoire.

Sicobel

Laboratoire Cosmétologie

Yves Bazar, directeur de Sicobel

« La Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Côte d'Ivoire nous a toujours apporté de précieux conseils dans un pays dit à risque, en nous faisant profiter par exemple de son réseau pour résoudre certains problèmes administratifs. Son accompagnement reste optimal ».

Chambre de Commerce Franco-Norvégienne

Norvège

S'implanter

> « Nous proposons un accompagnement pour la création de filiale en Norvège, le recrutement, la domiciliation, la gestion salariale et l'hébergement dans notre centre d'affaires. »
>
> *Ludovic Caubet, Directeur de la Chambre de Commerce Franco-Norvégienne*

Pays dynamique et innovant à la situation économique et sociale exceptionnelle, la Norvège est devenue, en 40 ans, un des pays les plus développés au monde. Sa stabilité politique, sa culture des affaires saine et le pouvoir d'achat élevé de ses habitants en font une destination incontournable.

Pour accéder à ce marché, le chef d'entreprise peut s'appuyer sur les services de la Chambre de Commerce Franco-Norvégienne (CCFN). Elle a notamment créé un pôle e-commerce pour assister les sociétés françaises souhaitant vendre à distance sur le marché norvégien.

La société IP Label, spécialisée dans la mesure de la qualité des applications, souhaitait s'implanter sur le marché norvégien, « un marché mature et en quête de services de qualité » selon Eric Vaszegi, Président d'IP Label. Suite à une réunion d'information à la CCI de Paris en mars 2012, le dirigeant entre en contact avec la CCFN. « La chambre a recruté pour nous une jeune française installée à Oslo depuis 2008 et forte d'une expérience dans la gestion de projet CRM et web pour des entreprises françaises et norvégiennes. Elle est actuellement en formation chez nous, elle sera notre ingénieure commerciale en Norvège et, si tout va bien, notre future « country manager ». Elle sera installée dans les locaux de la Chambre à Oslo. La Chambre nous a également aidés à constituer la structure juridique de notre filiale et à rédiger le contrat de travail ». Avec un investissement à minima l'entreprise peut aussi choisir une présence plus légère dans le pays via la domiciliation. Gain de temps et limitation des risques grâce à ces solutions sur-mesure pour une implantation réussie en Norvège.

IP Label

Performance d'applications Web

Eric Varzegi, Président IP Label

« La Chambre nous a aidés à recruter une ingénieure commerciale française installée à Oslo. Si tout va bien, elle sera notre future « country manager », basée dans les locaux de la CCFN ».

Champagne-Ardenne

Une stratégie régionale collective pour l'accompagnement des Pme

Claude Humbert, directeur de CCI International Champagne Ardenne anime une entente originale entre les cinq dispositifs consulaires régionaux de l'est de la France : proposer des missions de prospection à l'étranger, sur le plan interrégional, aux entreprises. L'intérêt de ces missions ? Capitaliser sur l'expertise d'un conseiller, mutualiser les moyens humains et financiers, et par conséquent offrir aux entreprises une mission de prospection « aux petits oignons », au-delà de savoir-faire régionaux.

D'un point de vue pratique, un référent - pour les cinq régions - est désigné pour chaque opération. En amont, il organise des journées d'information multisectorielles pour une meilleure préparation des entreprises. Il assure ainsi le pilotage et la réalisation de la mission : contenu du programme, chiffrage, éventuelles aides financières régionales. Le coordinateur sélectionne à l'étranger les partenaires (CCI françaises à l'étranger, Ubifrance ou consultants) qui organiseront les rendez-vous et les visites d'entreprises.

L'idée est de travailler sur la même destination pendant plusieurs années. Ainsi, la mission Mexique qui a été pilotée par la Champagne Ardenne en mars 2012, sera reconduite cette année. La CCI pilote devient en quelque sorte une référence sur le pays visé.

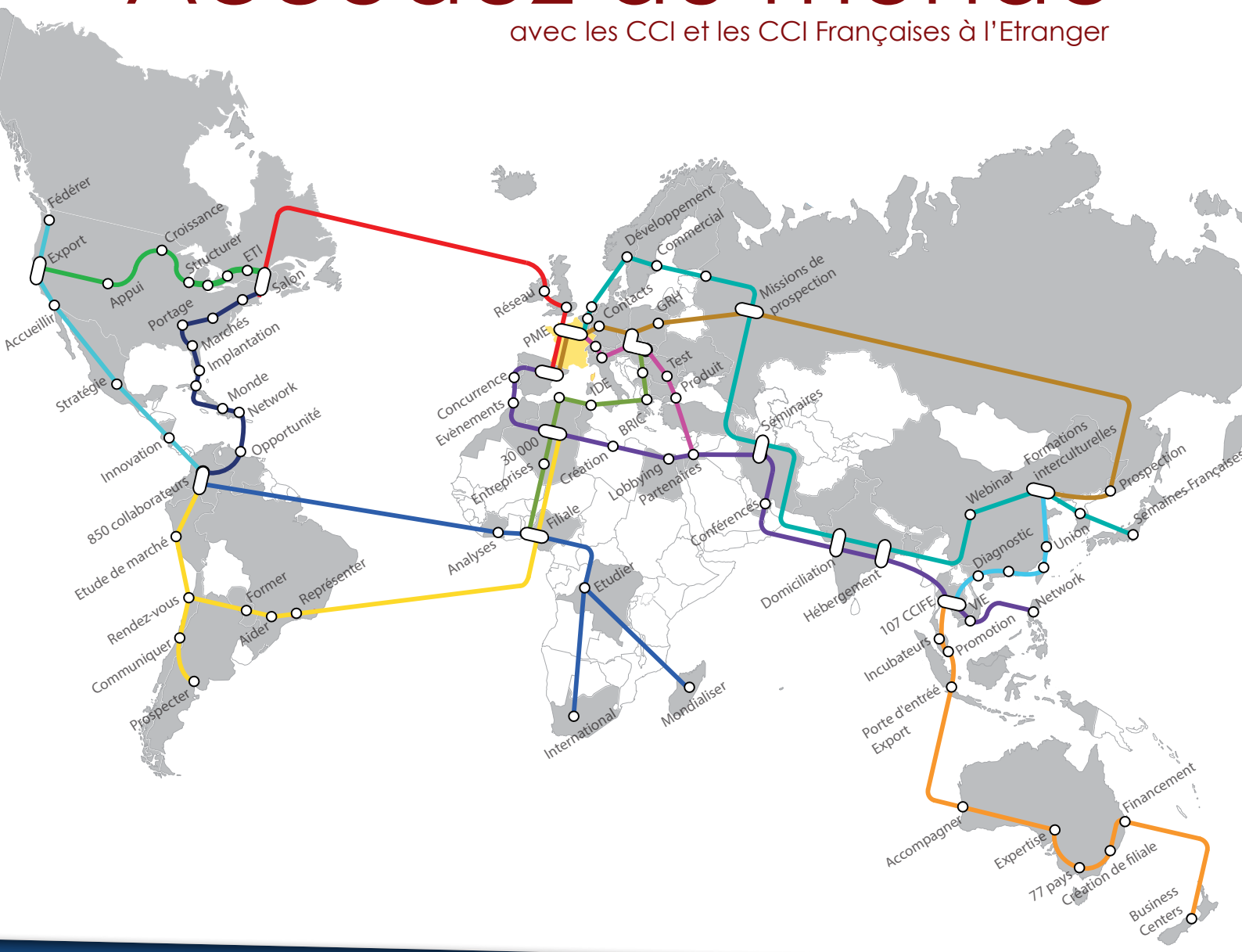
« Les entreprises qui auront participé à la première mission auront probablement envie de rencontrer à nouveau leurs prospects. De nouvelles entreprises vont sans doute être attirées par ce pays qui est le deuxième partenaire de la France en Amérique latine. » commente Claude Humbert. C'est le cas de la Société qui fabrique des éoliennes capables de fournir 40KWH utilisables par de gros agriculteurs pour leur consommation. « Notre produit est spécifique et toutes nos machines sont gérables à distance » explique Christophe Lemal, le gérant. Il pense que son produit le plus porteur au Mexique sera son système d'éclairage en milieu isolé : une sorte de candélabre hybride combinant éolienne et panneau photovoltaïque, équipé d'un stockage. « Le Mexique travaille selon des règles américaines. Grâce à la mission au Mexique, nous avons obtenu 14 rendez-vous que CCI International nous avait préparés. Nous avons rencontré des sociétés intéressées par nos produits et à notre écoute. Il faut qu'on y retourne ».

En 2013, les entreprises de l'est de la France pourront découvrir les opportunités qu'offrent l'Afrique du Sud, le Mexique, le Brésil, la Chine et la Russie. « C'est une entente unique sur le plan national. Cela permet de mieux échanger et de décloisonner » se réjouit Claude Humbert.

CLASSE EXPORT **ÉDITEUR :** Classe Export s.a.s. 100, route de Paris - 69260 Charbonnières - France - Téléphone : 04 72 59 10 10 - Fax : 04 72 59 03 16 - e-mail : info@classe-export.com - www.classe-export.com
DIRECTEUR DE PUBLICATION : Marc Hoffmeister **RÉDACTEUR EN CHEF :** Nicole Hoffmeister **RÉDACTION :** Journaliste rédacteur, secrétaire de rédaction : Sylvain Etaix - Journaliste rédacteur : Julien Thibert - Contact : redaction@classe-export.com **RÉALISATION :** Maquette : Patrick Ramadier - Infographies : Ganaël Chappuis - Mise en page : Studio Classe Export - Crédit photo : CCIFE - Digital Vision - MorgueFile - Santiago adventures.com - Magazine Classe Export - Wikipedia - Jimmy Merkaba - RH Ingram -
PUBLICITÉ : Agence Rhône-Alpes : Fabien Soudieu - Agence Ile-de-France : Marie-Laure Biard - **SECRÉTARIAT COMMERCIAL :** Céline Villard - Bureau Tunisien : Samir Kotti - com@classe-export.com
IMPRESSION : Imprimerie Brailly - 62, route du Millénaire - Pars Inopolis - BP 34 - 69564 Saint Genis Laval - www.imprimerie-brailly.fr
Tirage : 1 000 exemplaires - Dépot légal à parution N°ISSN 1254-1737 - N° de commission paritaire : 0112 T 85960

Accédez au monde

avec les CCI et les CCI Françaises à l'Etranger



Nos services pour votre succès à l'international

Vous informer

- Aide au financement
- Diagnostic export
- Missions de prospection commerciale
- Planification de R.V. d'affaires
- Commerciaux à temps partagé
- Salons internationaux

Implanter et structurer votre activité

- Domiciliation – hébergement
- Croissance externe
- Création d'une structure locale
- Coaching export
- Formations au commerce international

Préparer et démarrer votre développement

- Étude et diagnostic de marché
- Identification de la concurrence
- Test du couple produit/marché
- Rendez-vous avec un « expert pays »
- Gestion des formalités et certifications

Développer votre activité internationale

- Recrutement et encadrement de VIE
- Recrutement, formation et appui RH
- Communication
- Evénementiel

contactinternational@ccifrance.fr

UCCIFE Union des Chambres de Commerce et d'Industrie Françaises à l'Etranger

CCI International